

**PLAN DE MEJORAMIENTO SOBRE LAS BUENAS PRÁCTICAS DE LA
INDUSTRIA MICE EN EL HOTEL ABADÍA PLAZA DE PEREIRA**

NICOLÁS SIERRA BEDOYA

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE PEREIRA
FACULTAD DE CIENCIAS AMBIENTALES
ADMINISTRACIÓN DEL TURISMO SOSTENIBLE
PEREIRA
2020**

**PLAN DE MEJORAMIENTO SOBRE LAS BUENAS PRÁCTICAS DE LA
INDUSTRIA MICE EN EL HOTEL ABADÍA PLAZA DE PEREIRA**

NICOLÁS SIERRA BEDOYA

TRABAJO DE GRADO DE PRÁCTICAS UNIVERSITARIAS

**DIRECTORA DEL TRABAJO DE GRADO DE PRÁCTICAS UNIVERSITARIAS:
PAULA ANDREA ARANGO PULGARÍN**

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE PEREIRA
FACULTAD DE CIENCIAS AMBIENTALES
ADMINISTRACIÓN DEL TURISMO SOSTENIBLE
PEREIRA**

2020

TABLA DE CONTENIDO

1. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA	5
2. JUSTIFICACIÓN	7
3. OBJETIVOS GENERALES Y ESPECÍFICOS	8
4. MARCO REFERENCIAL	9
5. METODOLOGÍA	14
6. RESULTADOS Y DISCUSIÓN	16
7. PERSONAS QUE PARTICIPAN EN EL PROYECTO	47
8. RECURSOS DISPONIBLES	48
9. CONCLUSIONES	49
10. BIBLIOGRAFÍA	50
10. CRONOGRAMA	52
ANEXO	53

TABLA DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1 - Diagrama de metodología	Fuente propia	14
Ilustración 2 - Diseño matriz de evaluación	Fuente propia	15
Ilustración 3 - Cumplimiento Manual de Buenas Prácticas de MICE para Proveedores y Destinos .		17
Ilustración 4 - Cumplimiento Norma Técnica Sectorial USNA 011: Buenas Prácticas para la Prestación del Servicio en Restaurantes		18
Ilustración 5 - Cumplimiento Norma Técnica Sectorial USNA 006: Infraestructura Básica en Establecimientos de la Industria Gastronómica		19
Ilustración 6 - Cumplimiento Norma Técnica Sectorial USNA 007: Norma Sanitaria de Manipulación de Alimentos.....		20
Ilustración 7 - Matriz de mejoras propuestas por cada documento Fuente propia		21
Ilustración 8 - Protocolo de estándares mínimos propuestos para proveedores de transporte turístico		43
Ilustración 9 - Reglamento básico para manipuladores de alimentos en área de producción		46
Ilustración 10 – Cronograma	Fuente: Universidad	
Tecnológica de Pereira		52

1. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

El turismo MICE (meetings, incentives, conventions and exhibitions), generalmente conocido como el turismo de negocios es aquella actividad del sector asociada a congresos, exhibiciones y reuniones en términos generales. Su importancia radica en el prestigio y peso económico que supone para los establecimientos y destinos, se caracteriza por ser desestacionalizador y presentar cierta integralidad en la demanda de servicios involucrados para su atención y recepción.

Este segmento puede resumirse a 2 palabras que lo describen claramente, reunión e intercambio, esto de entrada supone un espacio de intercambio y compartir entre asistentes; aunado a lo anterior, otras características que otorgan la exclusividad de la que goza el turismo MICE es que es un importante agente dinamizador del entorno sociocultural, generador de empleo e implica inversiones, además de elevar la estadía promedio de visitantes en un destino.

“Para Colombia, el MICE ha supuesto este mercado especializado y profesional que ha venido creciendo. Colombia muestra una progresión claramente positiva al punto que, en los últimos diez años, ha triplicado la cifra de negocios. Colombia ocupó en 2016 el puesto 29 de un ranking de cien países y que generan el 27% de los ingresos turísticos del país. Entre las ciudades, Bogotá se situó en el sitio 59, Medellín en el 64, Cartagena en el 83, Cali en el 339, Barranquilla en el 411 y Manizales en el 580, a escala internacional”¹.

Para el caso específico de Pereira, se cuenta con información por parte del Convention Bureau de la ciudad, de los eventos de los que se tiene registro desde el año 2018; evidenciándose que de 17 eventos realizados en la capital risaraldense en el 2018, 8 fueron congresos y 3 ferias, variando poco en el tipo de eventos realizados para el año 2019 en el que hubo de 12 eventos, 8 congresos y 3 encuentros; fue posible constatar también, el centro de convenciones o eventos principal en la ciudad ha sido Expofuturo, acogiendo 6 y 5 eventos en cada año respectivamente. Es pertinente mencionar a partir de esta información que en prospectiva para el año 2020 siguen punteando los congresos como el tipo de eventos que más alberga la ciudad y Expofuturo como la sede prevista para la mayoría de ellos.

¹ Fondo Nacional de Turismo. Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. 2018. Manual de Buenas Prácticas de MICE para Proveedores y Destinos. Bogotá.

Debido a todo lo expuesto anteriormente, es de suma importancia conocer esos aspectos y características que especialmente tiene en cuenta el turismo MICE en la demanda de instalaciones y servicios; que regularmente no son tenidos en cuenta como especificidades de este público. Por ello, lo que busca el presente trabajo es proponer acciones de mejora para el Hotel GHL Abadía Plaza de Pereira con base en estándares nacionales e internacionales para la atención y servicio de este segmento.

2. JUSTIFICACIÓN

Como uno de los hoteles más importantes de la ciudad de Pereira por su estratégica ubicación, calidad en el servicio y por supuesto, acoger reuniones, congresos, conferencias, entre otros eventos, el hotel GHL Abadía Plaza se convierte en un lugar idóneo y recurrente para el segmento MICE, siendo esto consecuente con el mercado al cual está completamente dirigido y del cual depende su operación, el corporativo.

Es importante señalar que el MICE es un segmento que se encuentra creciendo y visibilizándose cada vez más en la industria turística; Pereira no es la excepción, ciudad que además ha venido demostrando un grado de desarrollo hotelero sobresaliente en la región.

Por lo tanto se hace fundamental y se convierte en una necesidad para el hotel el actualizarse para la recepción de este especial segmento; es pertinente mencionar que anteriormente la información y exigencias de este tipo de público era muy generalizada, gracias a la evolución y dinamismo del mundo turístico, estas han venido evolucionando con el tiempo y hoy día se tienen definidas características de demanda y requisitos para su atención. Es en parte debido a esto que el hotel GHL Abadía Plaza, el cual fue construido en el año 2004, ha venido ajustándose para dicha atención de este segmento, pero no lo ha hecho con base en algún estándar.

3. OBJETIVOS GENERALES Y ESPECÍFICOS

3.1 OBJETIVO GENERAL

Realizar un plan de mejoramiento para la implementación de buenas prácticas de la industria MICE en el Hotel Abadía Plaza, como estrategia comercial y de mercadeo.

3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Evaluar los estándares del hotel Abadía Plaza con base a las buenas prácticas establecidas para la industria MICE.
- Revisar procedimientos, manuales, instructivos y formatos relacionados con la atención del cliente corporativo del hotel.
- Proponer acciones de mejora para el manejo y empoderamiento de las buenas prácticas establecidas para la industria MICE.

4. MARCO REFERENCIAL

“Los orígenes del turismo MICE se remontan al siglo XIX, en concreto a 1841, cuando Thomas Cook organizó el transporte de 540 personas que acudían al congreso anual de la Asociación Antialcohólica. Desde ese momento este tipo de turismo no ha hecho más que aumentar sus cifras y sobre todo mejorar sus servicios”².

Es pertinente mencionar que la industria MICE está profundamente relacionada con el turismo de negocios, turismo que como lo menciona el párrafo anterior ha venido mejorando y especializando sus servicios, cobrando relevancia e importancia cada vez más dentro del diverso y dinámico mundo turístico; como ha sido ya mencionado en el presente trabajo, representa profesionalismo, altos perfiles, prestigio para los destinos, integración entre servicios y personas. Hace algunos años la demanda de este tipo de público era muy generalizada, hoy día se cuenta con estándares que definen claramente esos requisitos y aspectos que exigentemente tienen en cuenta estos visitantes. Como parte de los nuevos conocimientos sobre esta industria surgen desde Colombia como parte de la labor realizada por el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo y el Fondo Nacional de Turismo (FONTUR) estándares como los consignados en el Manual de Buenas Prácticas de MICE para Proveedores y Destinos, documento base para la realización del presente trabajo que establece que “El mercado de los eventos y las reuniones experimenta un crecimiento superior al promedio y es el de mayor contribución al gasto turístico. Es exigente con la calidad de los servicios, la profesionalidad de los proveedores y con adecuación de los espacios y destinos y valora la innovación. Colombia se está convirtiendo en un destino cada vez más atractivo para realizar reuniones, viajes de incentivos y eventos. Crecer, demanda ser más competitivos, alinearse a las exigencias específicas de este segmento y mejorar la profesionalización de nuestro sector, agregando valor a cada una de las actividades que realiza. Esta es un breve guía para iniciarse en MICE”³.

En cuanto a la normatividad, desde el presente trabajo es pertinente hacer mención de aquellas normas relacionadas con este especial segmento de la industria turística:

² Hotel Seminario Bilbao. ¿Sabes qué es el turismo MICE? [En línea]. [Consultado 27 de diciembre 2019]. Disponible en internet: <https://hotelseminariobilbao.com/sabes-que-es-el-turismo-mice/>

³ Fondo Nacional de Turismo. Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. 2018. Manual de Buenas Prácticas de MICE para Proveedores y Destinos. Bogotá.

- **Norma Técnica Sectorial USNA 011: Buenas prácticas para la prestación del servicio en restaurantes**

“La presente norma tiene por objeto establecer los requisitos de buenas prácticas para la implantación, gestión y aseguramiento de la calidad, que deben cumplir los establecimientos gastronómicos con relación al servicio prestado. Busca promover que las organizaciones analicen con detalle los requerimientos de sus clientes, definan sus procesos y los mantengan controlados”⁴.

- **Norma Técnica Sectorial USNA 006: Infraestructura básica en establecimientos de la industria gastronómica**

“Esta norma establece los requisitos relacionados con la infraestructura básica que deben tener los establecimientos de la industria gastronómica en aéreas de servicio al cliente, áreas de producción y áreas de servicios generales”⁵.

- **Norma Técnica Sectorial USNA 007: Norma sanitaria de manipulación de alimentos**

“Esta norma tiene por objeto establecer los requisitos sanitarios que se deben cumplir en los establecimientos de la industria gastronómica, para garantizar la inocuidad de los alimentos, durante la recepción de materia prima, preparación, almacenamiento, comercialización y servicio, con el fin de proteger la salud del consumidor. Esta norma es aplicable a todos los establecimientos de la industria gastronómica, a los productos preparados que se expendan en servicios de alimentos y bebidas”⁶.

Los requisitos que establecen las anteriores normas fueron objeto de evaluación sugerido desde el Manual de Buenas Prácticas de MICE para Proveedores y Destino para el hotel GHL Abadía Plaza; por su parte la NTS USNA 006 Y NTS USNA 007 se desprenden de la NTS USNA 011.

- **Norma Técnica Sectorial OPC 001: Operación de congresos, ferias y convenciones. Requisitos de servicio**

⁴ Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. 2012. Norma Técnica Sectorial USNA 011: Buenas prácticas para la prestación del servicio en restaurantes. Ed: Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación. Bogotá.

⁵ Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. 2012. Norma Técnica Sectorial USNA 006: Infraestructura básica en establecimientos de la industria gastronómica. Ed: Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación. Bogotá.

⁶ Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. 2017. Norma Técnica Sectorial USNA 007: Norma sanitaria de manipulación de alimentos. Ed: Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación. Bogotá.

“Esta Norma Técnica Sectorial establece los requisitos de calidad que deben cumplir los operadores profesionales de congresos, ferias y convenciones OPC”⁷.

A pesar de que el hotel no es en sí un OPC (Organizador Profesional de Congresos), se consideró importante esta norma ya que en su mayoría, los requisitos que establece, fueron evidenciados y consignados en el Manual de Buenas Prácticas de MICE para Proveedores y Destino, además, su objeto hace énfasis en la calidad que debe estar presente para la prestación de servicios a esta importante industria y aporta al desarrollo de unas prácticas más estandarizadas.

En cuanto a los conceptos relacionados en el desarrollo de este documento, se encuentran los siguientes:

- Congreso: “reunión o serie de reuniones formales para el debate entre delegados de un partido político, sindicato o sector de actividad”⁸.
- Convención: “asamblea de los representantes, miembros o delegados de un partido político, profesión o sector”⁹.
- Destino turístico: “espacio físico en el que un visitante pernocta por lo menos una noche. Incluye productos turísticos tales como servicios de apoyo, atracciones y recursos turísticos. Tiene límites físicos y administrativos que definen su gestión e imágenes, y percepciones que definen su competitividad en el mercado. Los destinos locales lo incorporan a varias partes interesadas que a menudo incluyen una comunidad local, y pueden albergar o formar una red para conformar destinos amplios”¹⁰.
- DMC: “empresa de gestión de destinos (en inglés, Destination Management Company). Receptivo especializado”¹¹.
- Empresa turística: “se entiende por empresa turística a la unidad de producción que gestiona los factores productivos para convertirlos en bienes de consumo o servicios con el fin de satisfacer las demandas del

⁷ Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. 2009. Norma Técnica Sectorial OPC 001: Operación de congresos, ferias y convenciones. Requisitos de servicio. Ed: Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación. Bogotá.

⁸ Fondo Nacional de Turismo. Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. 2018. Manual de Buenas Prácticas de MICE para Proveedores y Destinos. Bogotá.

⁹ Fondo Nacional de Turismo. Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. 2018. Manual de Buenas Prácticas de MICE para Proveedores y Destinos. Bogotá.

¹⁰ Fondo Nacional de Turismo. Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. Glosario. [En línea]. [Consultado 27 de diciembre de 2019]. Disponible en internet: <https://fontur.com.co/interactue/glosario/63>

¹¹ Fondo Nacional de Turismo. Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. 2018. Manual de Buenas Prácticas de MICE para Proveedores y Destinos. Bogotá.

cliente. La empresa turística es, por lo tanto, una unidad de producción tanto a nivel social como económico. Para su correcto funcionamiento debe gestionar recursos humanos (trabajadores), recursos económicos (capital) y recursos técnicos (maquinaria)”¹².

- Evento: “acto organizado, tal como una cena de gala, conferencia, congreso, feria de muestras, incentivo, reunión, etc., que puede consistir en varias actividades distintas, aunque relacionadas”¹³.
- Hotel: “un hotel es un establecimiento que se dedica al alojamiento de huéspedes o viajeros. El término proviene del vocablo francés hôtel, que hace referencia a una ‘casa adosada’”¹⁴.
- Hotel de conferencias: “normalmente con más de 500 habitaciones, con sus propias instalaciones para reuniones y eventos o centro de congresos; un hotel con salas y salones para reuniones y eventos o, ubicado cerca de un palacio de congresos”¹⁵.
- Hotelería: “la hotelería es una rama del turismo, que brinda el servicio del alojamiento al turista. Este puede tener diversas clasificaciones, según el confort y el lugar donde se encuentren”¹⁶.
- MICE: “acrónimo para el sector de las Reuniones, Incentivos, Convenciones y Exposiciones”¹⁷.
- OPC: “organizador Profesional de Congresos. Empresa que se especializa en la organización y gestión de congresos, conferencias, seminarios o eventos similares”¹⁸.
- Proveedor: “empresa o persona de la que se piden suministros o servicios que se utilizarán durante una reunión o evento”¹⁹.

¹² Gestión de Destinos Turísticos 2.0. Empresas Turísticas. [En línea]. [Consultado 27 de diciembre de 2019]. Disponible en internet: <http://cloudtourism.pbworks.com/w/page/16041436/7-1%20Empresas%20Tur%C3%ADsticas>

¹³ Fondo Nacional de Turismo. Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. 2018. Manual de Buenas Prácticas de MICE para Proveedores y Destinos. Bogotá.

¹⁴ Definición.de. Definición de hotel. [En línea]. [Consultado 27 de diciembre de 2019]. Disponible en internet: <https://definicion.de/hotel/>

¹⁵ Fondo Nacional de Turismo. Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. 2018. Manual de Buenas Prácticas de MICE para Proveedores y Destinos. Bogotá.

¹⁶ Administración Hotelera. Definición de hotelería. [En línea]. [Consultado 27 de diciembre de 2019]. Disponible en internet: <http://turismoholera.blogspot.com/2012/07/definicion-de-hoteleria.html>

¹⁷ Fondo Nacional de Turismo. Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. 2018. Manual de Buenas Prácticas de MICE para Proveedores y Destinos. Bogotá.

¹⁸ Fondo Nacional de Turismo. Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. 2018. Manual de Buenas Prácticas de MICE para Proveedores y Destinos. Bogotá.

¹⁹ Fondo Nacional de Turismo. Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. 2018. Manual de Buenas Prácticas de MICE para Proveedores y Destinos. Bogotá.

- Reunión: “se entiende por reunión a la agrupación de varias personas en un momento y espacio dados voluntaria o accidentalmente”²⁰.
- Turismo: “conjunto de actividades que realizan las personas –turistas– durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, con fines entre otros de ocio, cultura, salud, eventos, convenciones o negocios”²¹.
- Turismo de negocios: “el turismo de negocios se define como aquel turismo que se lleva a cabo para desarrollar negocios o acuerdos comerciales, donde se ven involucradas diferentes empresas. Es decir, cuando, por motivos laborales, tienes que desplazarte hasta otra ciudad o país por algún interés de tu empresa”²².
- Turista: “cualquier persona que viaja a un lugar diferente al de su residencia habitual, que se queda por lo menos una noche en el lugar que visita y cuyo principal motivo de viaje es el ocio, descanso, ocupación del tiempo libre, peregrinaciones, salud, u otra diferente a una actividad en el lugar de destino”²³.

²⁰ Definición ABC. Definición de Reunión. [En línea]. [Consultado 27 de diciembre de 2019]. Disponible en internet: <https://www.definicionabc.com/general/reunion.php>

²¹ Fondo Nacional de Turismo. Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. Glosario. [En línea]. [Consultado 27 de diciembre de 2019]. Disponible en internet: <https://fontur.com.co/interactue/glosario/63>

²² Euroaula. ¿Por qué es importante el turismo de negocios?. [En línea]. [Consultado 27 de diciembre de 2019]. Disponible en internet: <https://www.euroaula.com/es/por-que-es-importante-el-turismo-de-negocios>

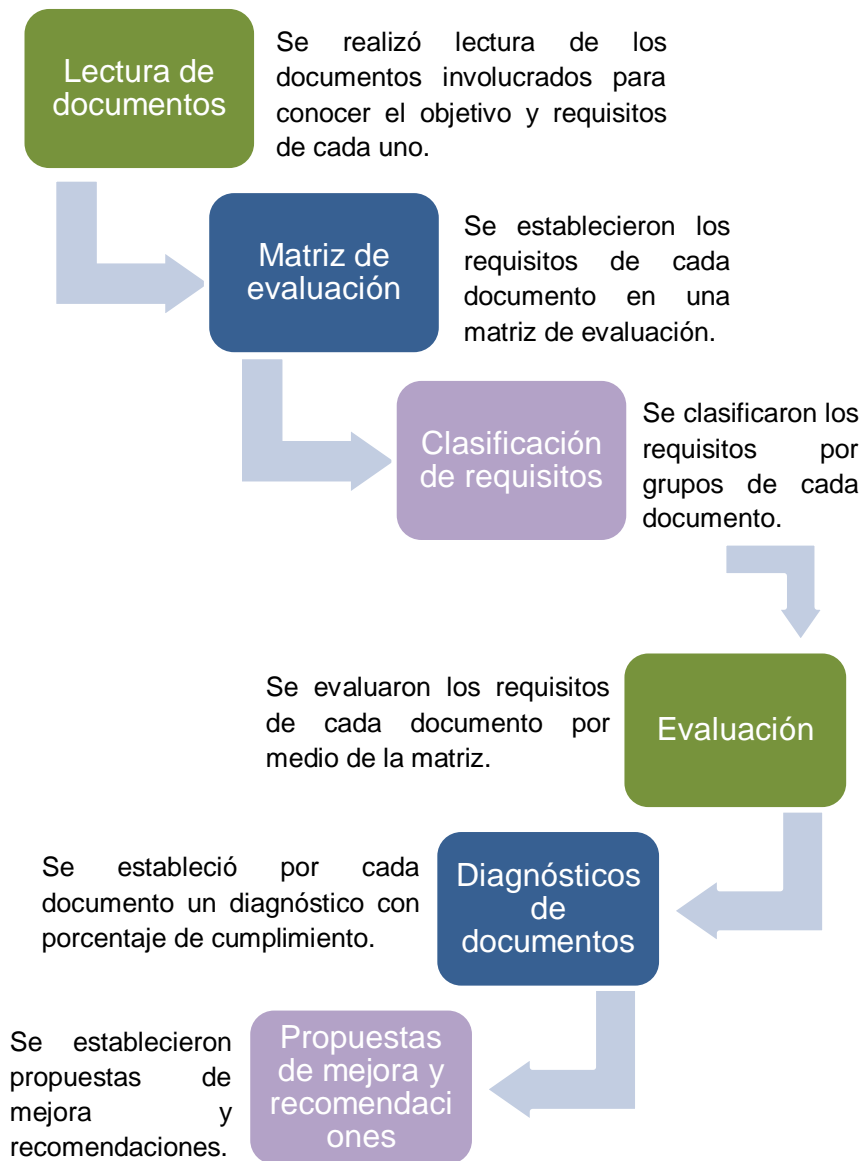
²³ Fondo Nacional de Turismo. Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. Glosario. [En línea]. [Consultado 27 de diciembre de 2019]. Disponible en internet: <https://fontur.com.co/interactue/glosario/63>

5. METODOLOGÍA

El siguiente diagrama muestra de forma concreta la metodología que se utilizó en la realización del presente trabajo para así llegar a los diagnósticos de cada documento y las respectivas propuestas de mejora y recomendaciones.

Ilustración 1 - Diagrama de metodología

Fuente propia



El siguiente cuadro indica el diseño que se utilizó para la matriz de evaluación y posteriormente se explican brevemente sus ítems.

Ilustración 2 - Diseño matriz de evaluación

Fuente propia

Consecutivo	CAPÍTULO	DIVISIÓN	SUBDIVISIÓN	REQUISITO	CUMPLIMIENTO				FUENTE DE INFORMACIÓN	RESPONSABLE	OBSERVACIONES	MEJORA PROPUESTA
					CUMPLE	CUMPLE PARCIALMENTE	NO CUMPLE	NO APLICA				

- ✓ Consecutivo: indica el número del requisito a establecer.
- ✓ Capítulo: indica el capítulo del documento.
- ✓ División: se refiere a una primera parte en la que se divide o ramifica el capítulo.
- ✓ Subdivisión: se refiere a una subdivisión de esta primera parte identificada como división.
- ✓ Requisito: indica el requisito a evaluar.
- ✓ Cumplimiento: Se divide en 4 ítems: “Cumple” que indica el cumplimiento del requisito; “Cumple parcialmente” hace alusión a aquellos requisitos con los que a pesar de cumplir en cierto grado, no se considera como cumplimiento total; “No cumple” indica los requisitos que no se cumplen; y “No aplica” se refiere a los requisitos que por las características del hotel no aplican para ser evaluados.
- ✓ Fuente de información: es aquella área, facilitador o grupo de trabajo de la cual se obtuvo la información para evaluar el requisito.
- ✓ Responsable: es aquella área, facilitador o grupo de trabajo que en la operación del hotel es responsable del requisito en cuestión.
- ✓ Observaciones: aquí se plasman las observaciones y/o anotaciones más relevantes sobre el requisito en cuestión.
- ✓ Mejora propuesta: en esta parte se exponen las mejoras propuestas después de evaluar el requisito. Es pertinente mencionar que esta columna se sustrajo en las matrices presentadas en el anexo, por optimización de espacio en este documento, teniendo en cuenta que las mejoras propuestas se encuentran en el numeral 6.2 del presente trabajo.

6. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

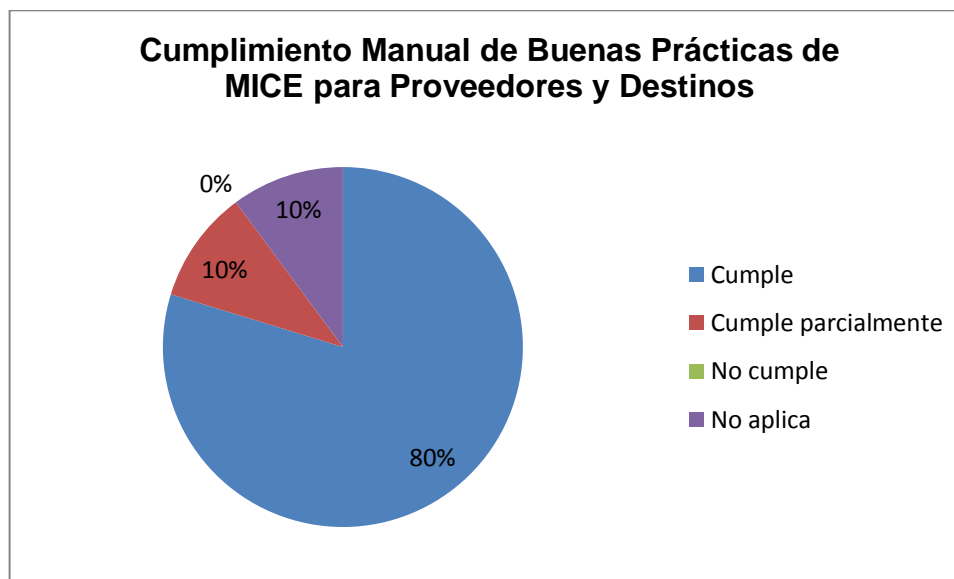
6.1 DIAGNÓSTICOS

- **DOCUMENTO 1 – MANUAL DE BUENAS PRÁCTICAS DE MICE PARA PROVEEDORES Y DESTINOS**

En cuanto al Manual de Buenas Prácticas MICE para Proveedores y Destinos, es pertinente mencionar que se evaluó el capítulo 3 “Buenas prácticas en empresas” para el hotel, la cual se divide en grupo de requisitos, englobándolos por los siguientes grupos: Operadores de Congresos y Planificadores de Reuniones, Operadores de Turismo y DMCs, Instalaciones para eventos, Establecimientos de alojamiento, Restaurantes, Transporte turístico terrestre (esta parte no se evaluó teniendo en cuenta que este servicio se presta por medio de un tercero en la operación del hotel, así mismo en las recomendaciones del trabajo se exponen como valor agregado requisitos de calidad desde el estándar para MICE en cuestión a la hora de seleccionar un proveedor de transporte turístico), y Otros servicios complementarios. Resultó entonces un total de 148 requisitos, de los cuales el hotel cumple con 118 de ellos, representado en un 80% de cumplimiento según diagrama de torta realizado, 15 con los que cumple parcialmente, 15 los cuales no aplican, indicado por un 10% en ambos casos y 0 de no cumplimiento; esto indica que a nivel general el hotel se encuentra en buen grado de cumplimiento respecto a las buenas prácticas que este manual expone para con el segmento MICE. Sin embargo, hay algunos aspectos que se evidenciaron por mejorar como la difusión de programas y productos en la parte de eventos, así como la promoción del destino por parte del hotel y la forma en cómo invita al cliente a conocer los atractivos de la ciudad; se encontró aspectos por mejorar también en cuanto a actividades pre y post-evento para el enganche del cliente, por decirlo así, en la adquisición de los servicios del hotel; por otro lado es también relevante mencionar que se evidenció el manual de “Gestión de Compras y Control de Proveedores y Contratistas” documento muy completo el cual incluye requisitos de selección de proveedores, productos y servicios, sin embargo, los requisitos de calidad para la adquisición de servicios se considera pueden ser más específicos por cada servicio como montajes, transporte y agencias de viajes; además se considera importante considerar acción de mejora respecto a la documentación comercial en los eventos, ya que actualmente no se cuenta con planos a escala y detalles de todos los salones, aspecto de suma importancia para la gestión y labor realizada por el

Coordinador de Eventos junto a su equipo de Alimentos y Bebidas. Por último es también importante señalar que en la evaluación de este estándar se evidenció desde uno de los requisitos que a pesar de que existe convenio con tour operadores, no hay alguno con una agencia de viajes que empaquete específicamente algo dirigido al segmento MICE y que el hotel pueda comercializar.

Ilustración 3 - Cumplimiento Manual de Buenas Prácticas de MICE para Proveedores y Destinos



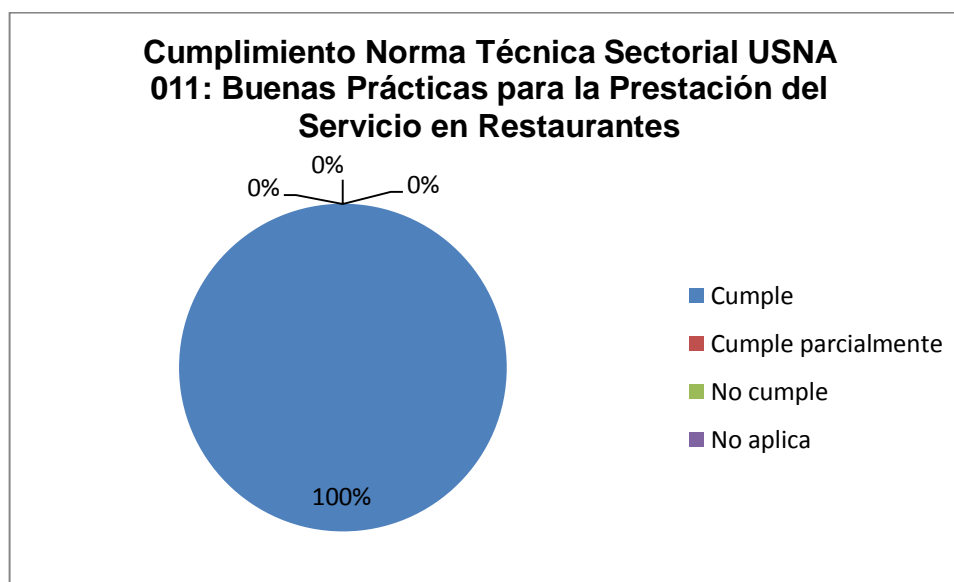
Fuente propia

- **DOCUMENTO 2 – NORMA TÉCNICA SECTORIAL USNA 011: BUENAS PRÁCTICAS PARA LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO EN RESTAURANTES**

Esta norma expone las buenas prácticas para la prestación del servicio en restaurantes, parte fundamental del equipo de Alimentos y Bebidas en el hotel; se evaluó como sugerencia desde el Manual de Buenas Prácticas MICE para Proveedores y Destinos, la evaluación abordó las siguientes partes de la norma: Requisitos Generales, Gestión del Servicio y Evaluación y Mejoramiento. Después de esta evaluación, no fue una sorpresa encontrarse que de 68 requisitos, se cumple con el 100% de la norma, teniendo presente que el Hotel GHL Abadía Plaza de Pereira es administrado por una de las cadenas hoteleras más prestigiosas en Latinoamérica, la cual cuenta con estándares de servicio, desempeño y productividad de altísima calidad, contenidos en el Manual de Habilidades Operativas de Alimentos y Bebidas;

para esta evaluación también se consultaron y tuvieron presente la Cartilla de Cultura Organizacional de GHL, que contiene el SICA (Sistema de Gestión de Calidad), Estándares Básicos, Claves del Servicio, Enfoque Estratégico, Políticas de Calidad, entre otros; competencias organizacionales y funcionales, y el SISTA (Sistema Integrado de Seguridad en el Trabajo). Por medio de los documentos y sistemas anteriormente mencionados fue posible evidenciar que el hotel se encuentra en un muy buen grado de cumplimiento para con esta norma en cuanto a aspectos como sus instalaciones, servicio a la mesa, elementos, actitud, discreción, recepción y evaluación del servicio.

Ilustración 4 - Cumplimiento Norma Técnica Sectorial USNA 011: Buenas Prácticas para la Prestación del Servicio en Restaurantes



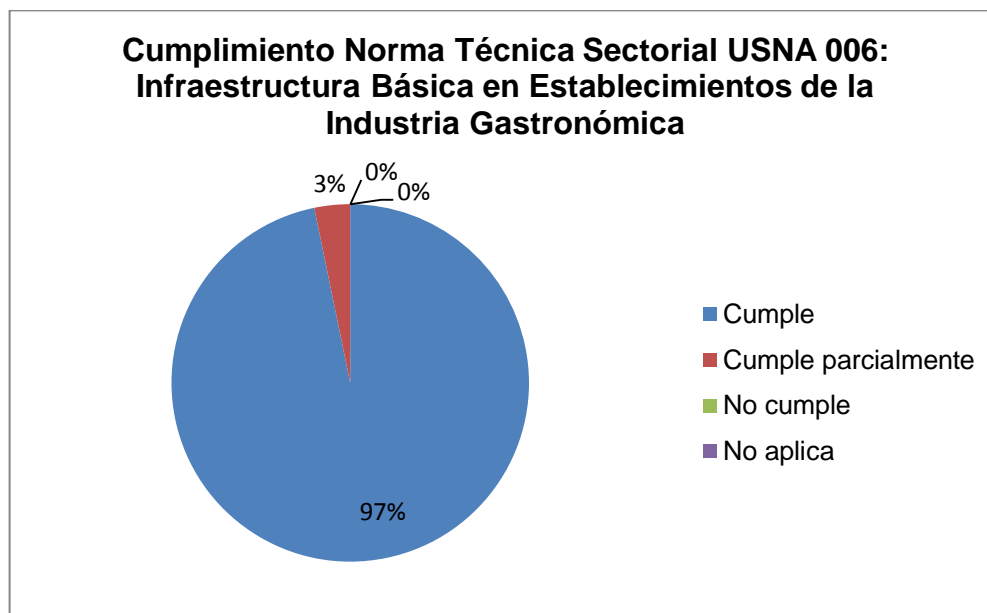
Fuente propia

- **DOCUMENTO 3 - NORMA TÉCNICA SECTORIAL USNA 006: INFRAESTRUCTURA BÁSICA EN ESTABLECIMIENTOS DE LA INDUSTRIA GASTRONÓMICA**

Por su parte, esta norma sale como parte fundamental y como complemento de la evaluación desde la norma anterior (Norma Técnica Sectorial USNA 011: Buenas Prácticas para la Prestación del Servicio en Restaurantes) y se encarga de establecer requisitos que fueron evaluados como los generales, en donde se evalúan aspectos como infraestructura, uso del suelo, diseño y materiales con los que está construida la parte del restaurante y la cocina; áreas de producción y manejo de materias primas; y servicios sanitarios. El hotel resultó cumplir con base en 31 requisitos, con un 97% para esta norma, teniendo solamente 1

requisito el cual cumple parcialmente, el que el piso de la cocina sea antideslizante, ya que actualmente no lo es; para los demás requisitos cumple.

Ilustración 5 - Cumplimiento Norma Técnica Sectorial USNA 006: Infraestructura Básica en Establecimientos de la Industria Gastronómica



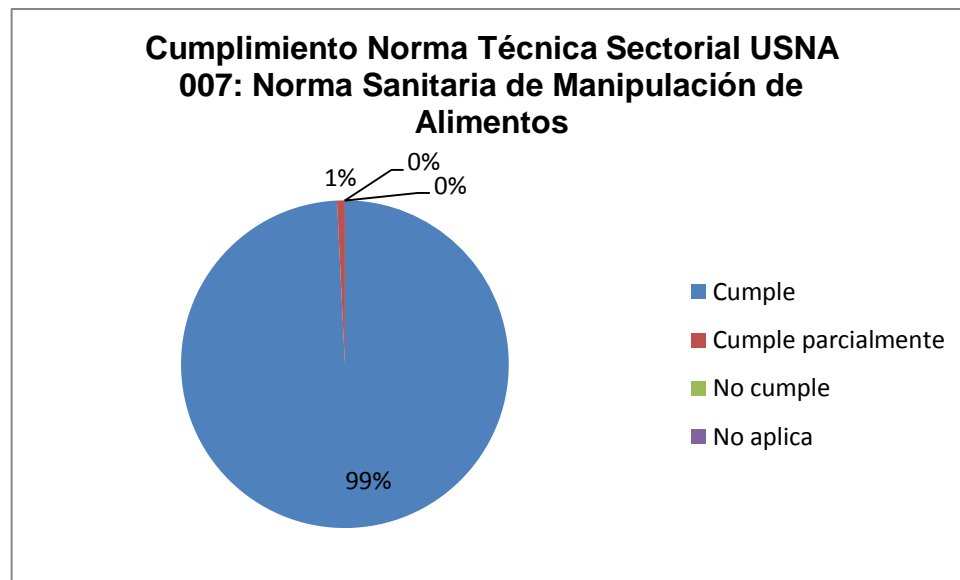
Fuente propia

- **DOCUMENTO 4 - NORMA TÉCNICA SECTORIAL USNA 007: NORMA SANITARIA DE MANIPULACIÓN DE ALIMENTOS**

Por último, pero no menos importante, aparece esta norma también como complemento a la evaluación desde la Norma Técnica Sectorial USNA 011: Buenas Prácticas para la Prestación del Servicio en Restaurantes. Evalúa aspectos como la recepción y almacenamiento de materias primas, requisitos sanitarios para los manipuladores y la manipulación de alimentos, requisitos para limpieza e higiene de instalaciones - equipos, y requisitos para el manejo y disposición de residuos. Se pudo constatar que, acorde al cumplimiento de los normas anteriores, esta no es la excepción, ya que de 130 requisitos, el hotel cumple con el 99% de ellos, gracias en su mayor parte al manual “Gestión de Compras y Control de Proveedores y Contratistas”) y a los formatos “Visita Inspección Proveedores” y “Evaluación de Desempeño de Proveedores” por medio de los cuales es posible evidenciar la excelente gestión que se realiza en el hotel para con los requisitos que esta norma expone. El 1% restante de los requisitos de la norma y con el cual cumple parcialmente el hotel, es el penúltimo de ellos, el cual establece conservar las canecas de basura en una superficie cerrada

reservada al efecto y separada de los almacenes de alimentos, con el cual cumple, pero, se consideró que lo hace parcialmente debido a que se considera que se puede mejorar este aspecto debido a que actualmente la ubicación de las canecas de basura en la cocina no es la más viable; esto ahora se da teniendo presente el espacio con el que se cuenta en la cocina.

Ilustración 6 - Cumplimiento Norma Técnica Sectorial USNA 007: Norma Sanitaria de Manipulación de Alimentos



Fuente propia

6.2 REQUISITOS QUE FUERON OBJETO DE PROPUESTA DE MEJORA

La siguiente matriz expone los requisitos que fueron objeto de propuesta de mejora y la respectiva propuesta después de evaluar cada requisito.

Ilustración 7 - Matriz de mejoras propuestas por cada documento

Fuente propia

REQUISITOS QUE APLICAN A PROPUESTAS DE MEJORA DEL MANUAL Y LAS NORMAS CHEQUEADAS					
DOCUMENTO 1 - MANUAL DE BUENAS PRÁCTICAS DE MICE PARA PROVEEDORES Y DESTINOS					
# REQUISITO	CAPÍTULO	DIVISIÓN	SUBDIVISIÓN	REQUISITO	PROPUESTA DE MEJORA
1	3. BUENAS PRÁCTICAS EN EMPRESAS	3.1. OPERADORES DE CONGRESOS Y PLANIFICADORES DE REUNIONES	COMERCIALES	Difundir a los clientes información de sus programas y productos.	<ul style="list-style-type: none"> • Difundir el servicio de eventos y la disponibilidad de salones por medio de redes sociales y leads (ya que actualmente se realiza solo con la Ruta del Vino). • Contar con un community manager in house que diseñe un programa de difusión de la puesta en valor de eventos en el hotel; que se encargue de manejar y administrar las redes sociales, la presencia de la información y promoción de productos y servicios del hotel en la web.

7			PRESTACIÓN	<p>Planificar las actividades a desarrollar: asesoría del evento, actividades (producción, preevento, evento, post-evento), fechas, horarios, recursos necesarios, tratamiento de eventuales contingencias. Difusión entre los colaboradores.</p>	<p>PARA EL PREEVENTO</p> <ul style="list-style-type: none"> Definir una estrategia pre-evento para la llegada de organizadores y asistentes de eventos al hotel (ya sean eventos internos o externos). Esto permitirá articular diferentes áreas del hotel en pro a la oferta de los servicios disponibles del mismo y a la promoción turística de la ciudad, e implica tener en cuenta aspectos importantes como los siguientes: <p>-Conocer y tener listado o cronograma de eventos importantes que se harán en la ciudad en el año, para así diseñar estrategias de enganchamiento desde Mercadeo y Reservas para organizadores y asistentes que se vayan a alojar en el hotel; con la finalidad de prolongar</p>
---	--	--	------------	---	---

					<p>estadías, vender demás servicios del hotel y que estas personas conozcan los atractivos de la región.</p> <p>-Tener y conocer las agendas de estos eventos.</p> <p>-Contar con las piezas publicitarias de los eventos, para vestir el hotel (por decirlo así) como estrategia de recepción, contando por ejemplo con habladores de bienvenida desde el front-desk.</p> <p>-Si es un evento externo: para organizadores y asistentes que reserven alojamiento con el hotel y lleguen directamente al evento, coordinar check-in y recogida de equipaje en sitio; en caso de que lleguen primero al hotel, coordinar escarapelas de ingreso para que estén en las habitaciones y el transporte hacia el lugar del</p>
--	--	--	--	--	---

					<p>evento.</p> <p>PARA EL POST-EVENTO</p> <ul style="list-style-type: none"> • Diseñar una estrategia post-evento para que organizadores y asistentes de eventos amplíen su estadía en el hotel y/o la ciudad y conozcan los atractivos del destino. • Además de las encuestas de satisfacción que se manejan actualmente en la operación de eventos en el hotel, se propone la creación de una base de datos en la que mínimo 1 día después de realizado el evento se llame al organizador para preguntar por su experiencia; en caso de que sea positiva, se aproveche para ofrecer y vender demás servicios del hotel y enganchar la realización de eventos indagando qué otros eventos tiene en su
--	--	--	--	--	--

					<p>programación; si es negativa; tomar acciones de mejora.</p> <p>NOTA: Definir criterios de selección de los eventos para estas llamadas, es decir, no se aplicará para todos. Los criterios pueden ser eventos con más de cierto número de participantes, con más de ciertos consumos, solo eventos corporativos, entre otros.</p>
8				<p>Disponer de seguros de responsabilidad civil y accidentes, protocolos de seguridad, listado de contactos de emergencias, plan de contingencias comunes.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Actualización de los videos para cada salón. <p>NOTA: Actualizar el video cada vez que el salón tenga algún tipo de cambio o remodelación.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Creación de los videos de seguridad para el Catimor y para Troncos Secos. • Disponer de los planos de

					<p>evacuación de cada salón en cada uno de ellos.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Contar con la información que exponen estos videos de seguridad en otro medio ya sea en imágenes o por escrito para las ocasiones en las que no sea posible enseña los videos.
9				<p>Fijar una política de selección y control de proveedores que incluya la verificación de los servicios y productos ofrecidos por éstos. Regular la prestación de servicios de manera contractual. En caso de prestadores de servicios turísticos, éstos deben estar legalmente registrados como tales y con Registro Nacional de Turismo activo.</p>	<p>Actualización del manual "Gestión de Compras y Control de Proveedores y Contratistas" que incluya al servicio dentro de la política de compra y requisitos de calidad específicos a tener en cuenta para la aceptación o adquisición de servicios importantes en la operación del hotel e involucrados en la relación de eventos como alquiler de menaje, decoración, montajes especiales (como</p>

					<p>panelería), transporte y agencias de viajes.</p> <p>NOTA: Se propone una actualización del manual y no la creación de un manual dirigido solo a proveedores de servicios teniendo en cuenta que no es necesario para el tamaño del hotel.</p>
13				<p>Organizar las listas de asistentes, realizar el control de acreditaciones, coordinar con el proveedor turístico los servicios contratados, dar la bienvenida y asistir de manera continua a los asistentes. Tratamiento de VIPs.</p>	<p>NOTA: Esta propuesta de mejora es parte de la planteada para el requisito # 7, en la parte del pre-evento.</p> <p>Definir una estrategia pre-evento para la llegada de organizadores y asistentes de eventos al hotel (ya sean eventos internos o externos). Esto permitirá articular diferentes áreas del hotel en pro a la oferta de los servicios disponibles del mismo y a la promoción turística de la</p>

					<p>ciudad, e implica tener en cuenta aspectos importantes como los siguientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Conocer y tener listado o cronograma de eventos importantes que se harán en la ciudad en el año, para así diseñar estrategias de enganchamiento desde Mercadeo y Reservas para organizadores y asistentes que se vayan a alojar en el hotel; con la finalidad de prolongar estadías, vender demás servicios del hotel y que estas personas conozcan los atractivos de la región. -Tener y conocer las agendas de estos eventos. -Contar con las piezas publicitarias de los eventos, para vestir el hotel (por decirlo así) como estrategia de recepción, contando por ejemplo con habladores de bienvenida
--	--	--	--	--	---

					<p>desde el front-desk.</p> <p>-Si es un evento externo: para organizadores y asistentes que reserven alojamiento con el hotel y lleguen directamente al evento, coordinar check-in y recogida de equipaje en sitio; en caso de que lleguen primero al hotel, coordinar escarapelas de ingreso para que estén en las habitaciones y el transporte hacia el lugar del evento.</p>
17		3.2. OPERADORES DE TURISMO Y DMCs	COMERCIALES	<p>Difundir a los clientes información de sus programas y productos. Brindar la información más relevante sobre el destino. Promocionar el destino en las actividades comerciales.</p>	<p>EN CUANTO A LA DIFUSIÓN DE PROGRAMAS Y PRODUCTOS DEL HOTEL: (Misma propuesta de mejora para el requisito # 1)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Difundir el servicio de eventos y la disponibilidad de salones por medio de redes sociales y leads (ya que actualmente se realiza solo con la Ruta del Vino). • Contar con un community

					<p>manager in house que diseñe un programa de difusión de la puesta en valor de eventos en el hotel; que se encargue de manejar y administrar las redes sociales, la presencia de la información y promoción de productos y servicios del hotel en la web.</p> <p>EN CUANTO A LA PROMOCIÓN DEL DESTINO:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Definir una estrategia de difusión de tours y/o actividades del destino que actualmente se dan <p>informativamente a los clientes, para invitarlos a su compra; esto implica lo siguiente:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Incluir estos tours y/o actividades en el brochure actual del hotel. - Difundirlos a través de las redes sociales y página web del hotel. <p>NOTA: Esta propuesta de</p>
--	--	--	--	--	--

					<p>mejora se estableció debido a que se evidencia que actualmente más que vender el destino, el hotel brinda información, lo que se pretende entonces con esta propuesta es incentivar a la compra y operativizar esos tours y/o actividades que actualmente se informan como convenio existente con el operador turístico Zapata Tours.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Por último, es importante establecer también convenios con otras agencias de viajes para empaquetar planes como estrategia de promoción del destino.
28			PRESTACIÓN	<p>Disponer de seguros de responsabilidad civil y accidentes, protocolos de seguridad, listado de contactos de emergencias,</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Actualización de los videos para cada salón. NOTA: Actualizar el video cada vez que el salón tenga algún tipo de cambio o remodelación. • Creación de los

				plan de contingencias comunes.	<p>videos de seguridad para el Catimor y para Troncos Secos.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Disponer de los planos de evacuación de cada salón en cada uno de ellos. • Contar con la información que exponen estos videos de seguridad en otro medio ya sea en imágenes o por escrito para las ocasiones en las que no sea posible enseñar los videos.
29				<p>Fijar una política de selección y control de proveedores que incluya la verificación de los servicios y productos ofrecidos por éstos. Contiene contratos o acuerdos documentados con los proveedores y criterios definidos por escrito para la toma de decisiones en caso</p>	<p>Actualización del manual "Gestión de Compras y Control de Proveedores y Contratistas" que incluya al servicio dentro de la política de compra y requisitos de calidad específicos a tener en cuenta para la aceptación o adquisición de servicios importantes en la operación del hotel e involucrados en la relación de</p>

				de incumplimiento por parte de los proveedores.	eventos como alquiler de menaje, decoración, montajes especiales (como panelería), transporte y agencias de viajes. NOTA: Se propone una actualización del manual y no la creación de un manual dirigido solo a proveedores de servicios teniendo en cuenta que no es necesario para el tamaño del hotel.
36				Disponer de una cartera de merchandising para eventos y eventualmente servicios de marketing.	<ul style="list-style-type: none"> • Construir una estrategia de merchandising para los eventos del hotel, que involucre lo siguiente: <ul style="list-style-type: none"> -Definir elementos (como lapiceros, libretas, dulces, entre otros) sellados con el logo del hotel para brindar como cortesía tanto a organizadores como a asistentes de eventos del hotel.

					<p>NOTA: Las cantidades y los eventos a los cuales aplicarían estas cortesías se definirían por medio de criterios a establecer como el tipo de evento, recurrencia, número de asistentes, entre otros.</p> <p>-Para los organizadores o asistentes que se hospeden en el hotel, dejarlos en las habitaciones para el momento del ingreso a las mismas.</p> <p>-Contar con un community manager in house que diseñe un programa de difusión de la puesta en valor de eventos en el hotel.</p>
40		3.3. INSTALACIONES PARA EVENTOS (CONGRESUALES, SALONES, Y VENUES ADAPTADOS)	ACCESO Y ENTORNO	Espacio de subida y bajada, carga y descarga diferenciados.	Adelantar acciones para conseguir el permiso necesario que posibilite la subida y bajada de asistentes a eventos y huéspedes por la entrada principal

					del hotel.
59			SALAS	Requieren aislamiento e insonorización de calidad.	Insonorización del salón Catimor.
67			ORGANIZACIÓN, LOGÍSTICA Y SERVICIOS	Cuentan con protocolos de emergencia escritos y difundidos y se informa a los clientes antes del evento.	<ul style="list-style-type: none"> • Actualización de los videos para cada salón. NOTA: Actualizar el video cada vez que el salón tenga algún tipo de cambio o remodelación. • Creación de los videos de seguridad para el Catimor y para Troncos Secos. • Disponer de los planos de evacuación de cada salón en cada uno de ellos. • Contar con la información que exponen estos videos de seguridad en otro medio ya sea en imágenes o por escrito para las ocasiones en las que no sea posible enseña los videos.
83			COMERCIAL	Documentación comercial: fotos de salones con y sin gente, montados y	<ul style="list-style-type: none"> • Creación de planos a escala de la sala de juntas Troncos Secos. • Contar con los

				desmontados; planos a escala y detallados.	<p>planos detallados de todos los salones.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Incluir en la documentación comercial fotos de los salones desmontados sin gente, y montados con gente; así como también los planos a escala y detallados.
85		3.4. ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO	COMERCIALES	<p>Información completa de sus servicios y sobre el destino.</p> <p>Promoción del destino en las actividades comerciales.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Definir una estrategia de difusión de tours y/o actividades del destino que actualmente se dan informativamente a los clientes, para invitarlos a su compra; esto implica lo siguiente: <ul style="list-style-type: none"> - Incluir estos tours y/o actividades en el brochure actual del hotel. - Difundirlos a través de las redes sociales y página web del hotel. <p>NOTA: Esta propuesta de mejora se estableció debido a que se evidencia que actualmente más que vender el</p>

					<p>destino, el hotel brinda información, lo que se pretende entonces con esta propuesta es incentivar a la compra y operativizar esos tours y/o actividades que actualmente se informan como convenio existente con el operador turístico Zapata Tours.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Por último, es importante establecer también convenios con otras agencias de viajes para empaquetar planes como estrategia de promoción del destino.
94				<p>Incluyen en la documentación comercial fotos de salones con y sin gente, montados y desmontados; planos a escala y detallados.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Creación de planos a escala de la sala de juntas Troncos Secos. • Contar con los planos detallados de todos los salones. • Incluir en la documentación comercial fotos de los salones desmontados sin gente, y

				montados con gente; así como también los planos a escala y detallados.
100		ACCESO Y ENTORNO	Espacio de subida y bajada para autobuses, carga y descarga diferenciados.	Adelantar acciones para conseguir el permiso necesario que posibilite la subida y bajada de asistentes a eventos y huéspedes por la entrada principal del hotel.
133		3.5. RESTAURANTES	Disponibilidad de menús para atender dietas o necesidades especiales (vegetarianos, alérgicos, por religión, etc.).	Ampliar oferta en el menú para los comensales vegetarianos.
138			Personal profesional, bilingüe; cocina y sala organizadas, destacan por la puntualidad del servicio.	<ul style="list-style-type: none"> • Contratar con 1 mesero que hable inglés. • Realizar convenios con instituciones para enseñanza de un 3er idioma como el francés.
148		3.6. OTROS SERVICIOS COMPLEMENTARIOS	Convenios con agencias de viajes para la operación de paquetes y tours para post evento.	Realizar convenio con una agencia de viajes el cual involucre el diseño de un paquete turístico dirigido específicamente al segmento MICE, teniendo en cuenta su

					oferta para post-eventos e igualmente se comercialice para fines de semana (días en los cuales baja la ocupación del hotel por ser un hotel corporativo).
DOCUMENTO 2 - NORMA TÉCNICA SECTORIAL USNA 011: BUENAS PRÁCTICAS PARA LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO EN RESTAURANTES					
# REQUISITO	CAPÍTULO	DIVISIÓN	SUBDIVISIÓN	REQUISITO	PROPUESTA DE MEJORA
13	4. REQUISITOS GENERALES	4.3 RECURSO HUMANO	4.3.1.2 FORMACIÓN DEL PERSONAL El establecimiento debe:	c) Proporcionar la capacitación requerida para que el personal mantenga un adecuado nivel de calidad en la prestación de los servicios. Dichas acciones formativas deben cubrir como mínimo las siguientes temáticas: - Reglas de cortesía y trato con el cliente; - Proceso de prestación del servicio que le compete y su control; - Técnicas para el desempeño de sus funciones; - Idiomas para personal de contacto con el	Realizar convenios con instituciones para enseñanza de un 3er idioma como el francés.

				cliente, si el establecimiento lo requiere; - Prevención de riesgos laborales; - Higiene y manipulación de alimentos; - Uso de maquinaria y equipamiento del establecimiento; - Reglas y procedimientos internos; - Buenas prácticas ambientales.	
DOCUMENTO 3 - NORMA TÉCNICA SECTORIAL USNA 006: INFRAESTRUCTURA BÁSICA EN ESTABLECIMIENTOS DE LA INDUSTRIA GASTRONÓMICA					
# REQUISITO	CAPÍTULO	DIVISIÓN	SUBDIVISIÓN	REQUISITO	PROPUESTA DE MEJORA
12	5. REQUISITOS PARA EL CLIENTE INTERNO	5.1 ÁREAS DE PRODUCCIÓN Y MANEJO DE MATERIAS PRIMAS Se debe tener en cuenta lo siguiente:	5.1.5	Los pisos deben estar contruidos con materiales resistentes, no porosos, impermeables, no absorbentes, no deslizantes en seco o en mojado, que no generen sustancias o contaminantes tóxicos, y deben tener acabados que faciliten la	Cambiar el piso de la cocina por uno antideslizante.

				limpieza y desinfección y el mantenimiento sanitario.	
DOCUMENTO 4 - NORMA TÉCNICA SECTORIAL USNA 007: NORMA SANITARIA DE MANIPULACIÓN DE ALIMENTOS					
# REQUISITO	CAPÍTULO	DIVISIÓN	SUBDIVISIÓN	REQUISITO	PROPUESTA DE MEJORA
129	10. REQUISITOS PARA EL MANEJO Y DISPOSICIÓN DE RESIDUOS		10.4	Las canecas de basura se conservarán en una superficie cerrada reservada al efecto y separada de los almacenes de alimentos.	Instaurar un descomidadero para empleados.

6.3 RECOMENDACIONES

A continuación se establecen por grupos de requisitos de cada documento recomendaciones que no se consideraron específicamente una propuesta de mejora, pero que igualmente aportan al mejoramiento general para el cumplimiento de cada documento evaluado.

- **DOCUMENTO 1 – MANUAL DE BUENAS PRÁCTICAS DE MICE PARA PROVEEDORES Y DESTINOS**

OPERADORES DE CONGRESOS Y PLANIFICADORES DE REUNIONES

- ✓ Manejar órdenes de servicio con proveedores de servicios como decoración y montajes (como panelería).

INSTALACIONES PARA EVENTOS (CONGRESUALES, SALONES, Y VENUES ADAPTADOS) - ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO

Las siguientes son recomendaciones que aplican para 2 grupos de requisitos: Instalaciones para eventos y establecimientos de alojamiento.

- ✓ Etiquetar las puertas de habitaciones y baños en sistema de lectura braille para personas con déficit visual, tener disponibilidad de los menús del restaurante en este mismo sistema. Así mismo contar con amenities y productos de minibar etiquetados en sistema braille (aquellos que puedan aplicar para este etiquetado). Por último, los botones del ascensor adecuarlos en relieve para facilitar también el desplazamiento de estas personas.
- ✓ Contar con teléfono y fotocopidora en el centro de negocios o bussiness center.

INSTALACIONES PARA EVENTOS (CONGRESUALES, SALONES, Y VENUES ADAPTADOS) - ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO – RESTAURANTES

Las siguientes son recomendaciones que aplican para 3 grupos de requisitos: Instalaciones para eventos, establecimientos de alojamiento y restaurantes.

- ✓ Contar con alertas visuales y/o lumínicas como estrategia de alarmas y despiertas para personas con déficit auditivo. Tener también disponibles videos explicativos sobre los servicios del hotel para la recepción de estas personas.
- ✓ Capacitar al personal de servicio en lenguaje de señas para la atención de personas con déficit auditivo.

TRANSPORTE TURÍSTICO TERRESTRE

La siguiente matriz es una lista de chequeo extraída del Manual de Buenas Prácticas de MICE para Proveedores y Destinos, se propone como recomendación y protocolo de estándares mínimos a tener en cuenta en el proceso de selección y control de proveedores de transporte turístico. Se estableció de esta manera teniendo en cuenta que este servicio en el hotel se presta por medio de un tercero.

Ilustración 8 - Protocolo de estándares mínimos propuestos para proveedores de transporte turístico

	VEHÍCULOS	1) No tendrán más de 5 años de antigüedad, se encontrarán en perfecto estado y mantenidos según la normativa legal y las recomendaciones del fabricante.
		2) Cuando se trate de grupos grandes conviene utilizar vehículos idénticos o, al menos, homogéneos en cuanto a antigüedad, prestaciones, interior, colores corporativos, para no generar percepción de discriminación. No numerarlos, emplear códigos de color o nombres y alternar el orden. Se procurará, en la medida de lo posible, la exclusividad del vehículo y disponibilidad del conductor.
		3) El servicio es únicamente para pasajeros sentados, con asientos dispuestos únicamente en sentido de la marcha. Confort: cristales panorámicos, lunas tintadas, climatización, butacas reclinables, espacio amplio de piernas, cabezales con funda, reposabrazos abatibles, luz individual, cortinas laterales ignífugas, papelería e, idealmente, reposapiés, mesita, bolsa y sujeción para bebidas. En trayectos largos conviene disponer de baño y nevera.
		4) El vehículo dispondrá de una instalación de audio con altavoces de precisión en relación de 1 por cada 4 pasajeros. Preferentemente, existirá un sistema de canales de música ambiental que pueden ser seleccionados y escuchados con cascos de sonido en cada asiento; además de micrófono para el guía.
		5) La iluminación de la cabina contará como mínimo con los siguientes puntos de luz: - Lámparas de noche, preferentemente de baja potencia. - Lámparas de iluminación intensa a la altura de las puertas, que faciliten la subida y bajada de viajeros. - Indicadores en los escalones. - Luz individual en los asientos, de accionado individual. - Luz de techo o flexo, en el puesto del conductor.

TRANSPORTE TURÍSTICO TERRESTRE		6) Contará con porta equipaje o bodega apropiada a la capacidad del pasaje y, en su defecto, de roulotte o camión para equipajes.
		7) Se realizará una breve inspección del funcionamiento de los equipos del autobus antes del inicio de cada servicio o jornada.
		8) Obligatoriedad de uso del cinturón de seguridad en cada uno de los asientos, suelos antideslizantes, presencia de martillos de fragmentación, extintores y salidas de emergencia debidamente señalizadas.
	CARACTERÍSTICAS DEL SERVICIO	9) Las rutas deben ser planificadas previamente a su realización y ser actualizadas a medida que cambien las circunstancias. Se establecerán atendiendo al criterio de mayor seguridad, confort y velocidad en el desplazamiento. Cada dos horas se hará una parada en ruta.
		10) El servicio tiene disposición total y requiere coordinación entre conductores y seguir el mismo recorrido.
		11) Puntualidad, en los lugares y horas de cita, evitando esperas innecesarias a los pasajeros y obstaculizar el tráfico en cualquier circunstancia.
		12) Existirán fórmulas de cortesía y servicio para el trato con los clientes, que serán documentadas, conocidas y utilizadas por todo el personal: asistir a los pasajeros con menos movilidad, saludar cuando se sube o desciende del bus, sacar o guardar equipaje en la bodega del bus, etc. Se mostrará respeto, educación y colaboración con los profesionales que acompañan el grupo, absteniéndose de mantener diferencias de criterios enfrente de los clientes.
		13) Se evitará repostar carburante o realizar operaciones de mantenimiento del autobus en presencia del pasajero, esté o no a bordo.
		14) Si las condiciones climáticas así lo aconsejan, se mantendrá la climatización accionada con anterioridad a la carga del pasajero, para asegurar una sensación térmica adecuada.
		15) Presencia, pulcritud y uniformidad del personal. Tendrá conocimientos del idioma inglés.
		16) Se evitará realizar maniobras bruscas que puedan incomodar o intranquilizar al pasajero.
		17) En la carga y descarga de pasajeros en los hoteles, transportes o visitas se procurará aproximar el bus lo más posible, asegurándose de la idoneidad del firme (evitar barrizales, charcos, obras, etc.).

		18) No se admitirán pasajeros no concertados ni familiares propios.
		19) Se asegura la localización de los vehículos y comunicación con los conductores en caso de cambio de planes o incidencias.
		20) Los vehículos serán adaptados u ofrecerán unas condiciones suficientes de accesibilidad para pasajeros impedidos, con escasa movilidad o discapacidades sensoriales, físicas o minusvalías, ya sean temporales o no. Estos pasajeros tendrán preferencia.
		21) Se evaluará de manera continua la conducción, experiencia, actitud y profesionalidad de los conductores.
		22) Se deben lavar los cristales y asear por dentro el vehículo, en caso necesario, en las paradas de larga duración. Lavarse el vehículo diariamente.
		23) El vehículo dispondrá de botiquín para primeros auxilios, conforme a la reglamentación colombiana.

Fuente: Manual de Buenas Prácticas de MICE para Proveedores y Destinos

RECOMENDACIÓN GENERAL

La siguiente es una recomendación general que no se considera forme parte de alguno de los grupos de requisitos, sin embargo, se contempla también importante a tener en cuenta.

- Disponer también de los menús de eventos en inglés.
- **DOCUMENTO 2 – NORMA TÉCNICA SECTORIAL USNA 011: BUENAS PRÁCTICAS PARA LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO EN RESTAURANTES**

RECEPCIÓN (DEL RESTAURANTE)

- Ofrecer entradas de cortesía a los clientes del restaurante.
- **DOCUMENTO 3 – NORMA TÉCNICA SECTORIAL USNA 006: INFRAESTRUCTURA BÁSICA EN ESTABLECIMIENTOS DE LA INDUSTRIA GASTRONÓMICA**

Para este documento no se identificaron recomendaciones.

- **DOCUMENTO 4 - NORMA TÉCNICA SECTORIAL USNA 007: NORMA SANITARIA DE MANIPULACIÓN DE ALIMENTOS**

REQUISITOS SANITARIOS PARA LOS MANIPULADORES DE ALIMENTOS

- Se recomienda diseñar un arte con reglas básicas que se evidenciaron en esta norma para los manipuladores de alimentos en el área de producción (cocina).

Ilustración 9 - Reglamento básico para manipuladores de alimentos en área de producción

REGLAMENTO BÁSICO PARA MANIPULADORES EN ÁREA DE PRODUCCIÓN (COCINA)
Uñas cortas, limpias y sin esmalte.
Cabello limpio, recogido y cubierto totalmente, mediante malla, gorro u otro medio efectivo.
Uso de ropa de trabajo limpia (vestimenta de trabajo de color claro), botas o zapatos cerrados adelante, para el manipulador de alimentos.
No está permitido comer, beber o masticar cualquier objeto o producto, como tampoco fumar o escupir en las áreas donde se manipulen alimentos. Salvo para probar alimentos preparados para la prestación del servicio.
El personal manipulador de alimentos no debe ingresar o salir del establecimiento usando el uniforme de trabajo.
No se deben usar accesorios (aretes, pulseras, anillos, piercing visible) u otros objetos personales que constituyan riesgos de contaminación para el alimento.

Fuente: Norma Técnica Sectorial USNA 007: Norma Sanitaria de Manipulación de Alimentos

- A pesar de que actualmente el hotel cuenta con lo necesario en cuanto a equipos de refrigeración y congelación para la preservación de los alimentos de acuerdo a su tamaño y a la operación promedio que tiene, se considera importante una renovación de estos equipos, en donde se cambien por unos más modernos.

7. PERSONAS QUE PARTICIPAN EN EL PROYECTO

Para el presente trabajo “Plan de mejoramiento sobre las buenas prácticas de la industria MICE en el hotel abadía plaza de Pereira” conducente a graduación del ciclo profesional del programa de Turismo Sostenible de la Universidad Tecnológica de Pereira, contribuyeron en su realización las siguientes personas:

- Docente y directora de trabajo de grado de prácticas universitarias Paula Andrea Arango Pulgarín, encargada del acompañamiento y asesoramiento desde el planteamiento del trabajo, desarrollo, finalización y revisión del mismo; a quien agradezco por su entrega profesional en su labor como directora guía del proceso y documento a entregar.
- Gerente General Adriana Ortiz Hurtado, líder en el hotel del proceso y labor que por 7 meses desarrollé como practicante; a quien agradezco por su guía, entrega y conocimientos que aportó en esta fase inicial como Administrador del Turismo Sostenible.
- Jefe de Talento Humano Paola Timaná, Gerente Comercial Beatriz Arcila, Contralora General Isabel Dávila, Coordinadora de Eventos Alejandra López, Chef Marco Durán, Auxiliar de Cocina Liliana Suárez, Jefe de Compras Natalia Pascagaza, Auxiliar de Compras Kevin Zapata, partícipes en el proceso de recopilación de información importante para la realización del trabajo; a quienes agradezco por su disposición en su ayuda y aportes para el desarrollo del presente documento.
- Personal administrativo y operativo del hotel, facilitadores de información y aportantes para el desarrollo del documento y para mi crecimiento profesional.
- Agradezco a mi madre Gladys Bedoya Valencia y mi hermana Katerine Sierra por su entero, constante e incondicional apoyo en el proceso de la práctica y desarrollo del documento.

8. RECURSOS DISPONIBLES

Los recursos disponibles para la realización de este trabajo consistieron en la información con la que se contó desde el hotel consignada en manuales, estándares, procesos y procedimientos; así como el Manual de Buenas Prácticas de MICE para Proveedores y Destinos, Norma Técnica Sectorial USNA 011: Buenas prácticas para la prestación del servicio en restaurantes, Norma Técnica Sectorial USNA 006: Infraestructura básica en establecimientos de la industria gastronómica, y Norma Técnica Sectorial USNA 007: Norma sanitaria de manipulación de alimentos, documentos claves también para el desarrollo de este trabajo.

9. CONCLUSIONES

- Fue posible evaluar los estándares del hotel, los cuales fueron evidenciados por medio de manuales que además incluyen procesos, procedimientos, tareas y especificaciones del servicio que posibilitaron la evaluación de los requisitos de los documentos tomados como referencia: Manual de Buenas Prácticas de MICE para Proveedores y Destinos, Norma Técnica Sectorial USNA 011: Buenas prácticas para la prestación del servicio en restaurantes, Norma Técnica Sectorial USNA 006: Infraestructura básica en establecimientos de la industria gastronómica, y Norma Técnica Sectorial USNA 007: Norma sanitaria de manipulación de alimentos, documentos claves también para el desarrollo de este trabajo.
- Se logró en base a dicha evaluación proponer mejoras y recomendaciones para alcanzar en un mayor grado el cumplimiento de los documentos involucrados, para así a partir del contenido del presente trabajo, establecer el plan de mejora.
- Se constató que el segmento MICE es uno de los más aportantes para empresas y destinos, ya que posee unas características diferenciales que además de demandar un servicio más compuesto e integral, asocia personas e ideas en un solo lugar para la socialización de conocimientos y creación de nuevos emprendimientos o negocios que desde el turismo aportan al desarrollo de la sociedad; por ende es fundamental conocer estándares nacionales e internacionales para el servicio asociado a este segmento.

10. BIBLIOGRAFÍA

- Administración Hotelera. Definición de hotelería. [En línea]. [Consultado 27 de diciembre de 2019]. Disponible en internet: <http://turismoholera.blogspot.com/2012/07/definicion-de-hoteleria.html>
- Definición ABC. Definición de Reunión. [En línea]. [Consultado 27 de diciembre de 2019]. Disponible en internet: <https://www.definicionabc.com/general/reunion.php>
- Definición.de. Definición de hotel. [En línea]. [Consultado 27 de diciembre de 2019]. Disponible en internet: <https://definicion.de/hotel/>
- Euroaula. ¿Por qué es importante el turismo de negocios?. [En línea]. [Consultado 27 de diciembre de 2019]. Disponible en internet: <https://www.euroaula.com/es/por-que-es-importante-el-turismo-de-negocios>
- Fondo Nacional de Turismo. Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. Glosario. [En línea]. [Consultado 27 de diciembre de 2019]. Disponible en internet: <https://fontur.com.co/interactue/glosario/63>
- Fondo Nacional de Turismo. Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. 2018. Manual de Buenas Prácticas de MICE para Proveedores y Destinos. Bogotá.
- Gestión de Destinos Turísticos 2.0. Empresas Turísticas. [En línea]. [Consultado 27 de diciembre de 2019]. Disponible en internet: <http://cloudtourism.pbworks.com/w/page/16041436/7-1%20Empresas%20Tur%C3%ADsticas>
- Hotel Seminario Bilbao. ¿Sabes qué es el turismo MICE? [En línea]. [Consultado 27 de diciembre 2019]. Disponible en internet: <https://hotelseminariobilbao.com/sabes-que-es-el-turismo-mice/>
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. 2009. Norma Técnica Sectorial OPC 001: Operación de congresos, ferias y convenciones. Requisitos de servicio. Ed: Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación. Bogotá.
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. 2012. Norma Técnica Sectorial USNA 011: Buenas prácticas para la prestación del servicio en restaurantes. Ed: Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación. Bogotá.
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. 2012. Norma Técnica Sectorial USNA 006: Infraestructura básica en establecimientos de la industria gastronómica. Ed: Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación. Bogotá.

- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. 2017. Norma Técnica Sectorial USNA 007: Norma sanitaria de manipulación de alimentos. Ed: Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación. Bogotá.
- Ortoweb.com. Hoteles accesibles para personas con discapacidad. [En línea]. 2016. [Consultado 27 de diciembre 2019]. Disponible en internet: <http://www.ortoweb.com/blogortopedia/hoteles-accesibles-personas-discapacidad/>
- Visualfy.com. Solución de accesibilidad auditiva para hoteles. [En línea]. [Consultado 27 de diciembre 2019]. Disponible en internet: <https://www.visualfy.com/es/conoce-la-solucion-de-accesibilidad-auditiva-para-hoteles-de-visualfy/>

10. CRONOGRAMA

Ilustración 10 – Cronograma

Fuente: Universidad Tecnológica de Pereira

CRONOGRAMA													
OBJETIVO GENERAL: Realizar un plan de mejoramiento para la implementación de buenas prácticas de la industria MICE.													
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	ACTIVIDADES	MAYO				JUNIO				JULIO			
		SEM 1	SEM 2	SEM 3	SEM 4	SEM 1	SEM 2	SEM 3	SEM 4	SEM 1	SEM 2	SEM 3	SEM 4
1. Evaluar los estándares del hotel Abadía Plaza con base a las buenas prácticas establecidas para la industria MICE.	1. Revisar el manual y ver de qué forma se puede aplicar al hotel.	X	X										
	2. Identificar los procesos y procedimientos con los que cuenta el hotel Abadía Plaza relacionados con la industria MICE.		X	X									
	3. Determinar cuáles son los estándares mínimos con los que debe cumplir el hotel Abadía Plaza relacionados con la industria MICE.			X	X								
2. Revisar procedimientos, manuales, instructivos y formatos relacionados con la atención del cliente corporativo del hotel.	Realizar reuniones con cada área para la revisión de manuales, procedimientos e instructivos en pro de realizar comparativos con el manual MICE.					X	X	X	X	X	X	X	X
3. Proponer acciones de mejora para el manejo y empoderamiento de las buenas prácticas establecidas para la industria MICE.	Presentar y validar las acciones de mejora propuestas.												

ia MICE en el Hotel Abadía Plaza, como estrategia comercial y de mercadeo.

AGOSTO				SEPTIEMBRE				OCTUBRE				NOVIEMBRE			
SEM 1	SEM 2	SEM 3	SEM 4	SEM 1	SEM 2	SEM 3	SEM 4	SEM 1	SEM 2	SEM 3	SEM 4	SEM 1	SEM 2	SEM 3	SEM 4
X	X	X	X	X	X										
						X	X	X	X	X	X	X	X	X	X

ANEXO

Adjunto en el envío de este trabajo, se encuentra el anexo “Listas de Chequeo” en donde están plasmadas las matrices de evaluación, esto debido al tamaño de las mismas; en este anexo se encuentran las matrices que fueron aplicadas para los documentos involucrados: Manual de Buenas Prácticas de MICE para Proveedores y Destinos, Norma Técnica Sectorial USNA 011: Buenas prácticas para la prestación del servicio en restaurantes, Norma Técnica Sectorial USNA 006: Infraestructura básica en establecimientos de la industria gastronómica, y Norma Técnica Sectorial USNA 007: Norma sanitaria de manipulación de alimentos.